

A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO DESENVOLVIMENTO DA OBESIDADE INFANTIL

Isadora Fernanda de Moraes¹, Maria Helena Rebouças¹, Mariana Felipe Alves¹, Thaís Neves¹, Thayse Viana¹, Léa Resende Moura²

1. Discente do curso de medicina: Centro Universitário UniEVANGÉLICA.
2. Docente do curso de medicina: Centro Universitário UniEVANGÉLICA.

RESUMO: A obesidade infantil é um dos problemas de saúde pública que mais cresce na atualidade, e mostra-se intimamente ligada à ingestão excessiva de alimentos com elevada densidade energética e baixo valor nutricional. Estudos evidenciam que o marketing de alimentos voltado ao público infantil é um dos principais meios de persuasão que leva ao consumo de gorduras, açúcares e sódio. O objetivo desse trabalho foi analisar a forma com que as propagandas interferem no desenvolvimento dos hábitos alimentares das crianças. A metodologia utilizada foi uma pesquisa no banco de dados da Scielo e MedLine. Em estudos realizados sobre o padrão de programação da mídia televisiva, evidenciou-se inadequação dos anúncios de alimentos direcionados às crianças, os quais têm infringido a legislação vigente o que tem refletido na saúde da criança a longo prazo. Conclui-se, portanto, que a publicidade de gêneros alimentícios destinados ao público infantil tem se mostrado nociva ao desenvolvimento da criança e está relacionada à obesidade infantil.

Palavras-chave:

Obesidade pediátrica.
Marketing.
Publicidade de alimentos.